

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR DALAM ATRIBUT PRODUK YANG MENARIK MINAT PENGUNJUNG STREETDIRECTORY.CO.ID

Nuril Hidayati Mulyani – 1200958980

ABSTRAK

Perkembangan dan kemajuan teknologi di era globalisasi saat ini, turut meningkatkan angka pengguna internet di dunia. Dimana website menjadi salah satu alat yang digunakan dalam mencari informasi produk ataupun layanan. Pengunjung pada umumnya berinisiatif mengunjungi website dengan memilih atribut-atribut produk yang dinilai mampu menghantarkan kebutuhan yang sesuai dengan harapannya. Atribut produk pada website menjadi penting bagi perusahaan dalam perancangan situs yang efektif guna menarik minat pengunjungnya. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor dalam atribut produk yang menarik minat pengunjung dan faktor-faktor yang sesuai dengan harapan dan kenyataan pengunjung situs *streetdirectory.co.id*. Metode yang digunakan adalah survei, dengan alat analisis faktor dan *gap analysis*. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pengunjung *streetdirectory.co.id*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor dalam atribut produk yang menarik minat pengunjung *streetdirectory.co.id* dikelompokkan menjadi dua faktor, yaitu : faktor *knowledge* yang terdiri dari variabel *context* dan *content*, serta faktor *technology* yang terdiri dari variabel *customization* dan *connection*. Serta adanya gap antara harapan dan kenyataan dalam kinerja atribut produk yang ditandai dengan nilai negatif dari hasil skor total gap, hal ini menunjukkan bahwa pengunjung kurang merasa puas dengan kinerja atribut produk dan faktor yang kurang sesuai dengan harapan dan kenyataan pengunjung *streetdirectory.co.id*, meliputi : variabel *customization* dan *connection* dalam faktor *technology* serta variabel *context* dalam faktor *knowledge*. Adapun faktor yang sesuai dengan harapan dan kenyataan pengunjung *streetdirectory.co.id* adalah faktor *knowledge* pada variabel *content*.

Kata Kunci : Analisis Faktor, Atribut Produk.